

DOI:10.17048/AM.2018.27

Dr. Herzog Csilla

Eszterházy Károly Egyetem

herzog.csilla@uni-eszterhazy.hu

Dr. Racska Réka

Eszterházy Károly Egyetem

racska.reka@uni-eszterhazy.hu

A MÉDIATUDATOSSÁG FEJLESZTÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI A DIGITÁLIS ÁTÁLLÁS KORÁBAN

Bevezetés

Munkánk célja, hogy megfogalmazzuk az újabb kultúraváltás hatására átalakuló médiatudatosság korszerű ismérveit, kiemelt figyelmet fordítva az internetes platformra, valamint meghatározzuk azokat az értékelési szempontokat, amely alapján fejleszthető e terület a digitális átállás korában. Ennek során megvizsgáljuk a hazai és nemzetközi területen megjelenő fogalmi változásokat, valamint elemezzük a Digitális Oktatási Stratégiát a médiatudatosság fejlesztése szempontjából.

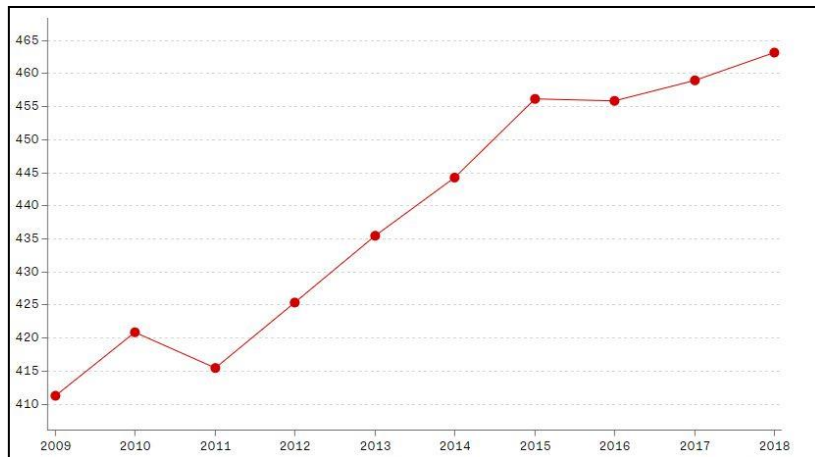
Tanulmányunk egy kezdeti lépése lehet az új nemzeti alaptanterv médiaműveltség területének fejlesztési folyamatában, valamint hosszú távon a médiatudatosság köznevelési beágyazottságát is elősegítheti.

A kutatás során először áttekintjük a médiafogyasztási trendek változását a 21. században, majd megvizsgáljuk a médiatudatosság új értelmezési kereteit, különös tekintettel a digitális és újmédia műveltségre, majd áttekintjük a hazai helyzetet ezen a téren, az elemzést pedig konklúzióval zárjuk.

A téma aktualitása: médiafogyasztás a 21. században

A 21. században a médiafogyasztás már nem csupán a nyomtatott és az elektronikus médiumok esetében értelmezhető, hiszen rendkívül nagy szerep jut a médiumok médiumának, az internetnek és az azon keresztül elérhető tartalomnak. A korábbi képernyőközpontú felfogás ma már egészen új értemet nyer.

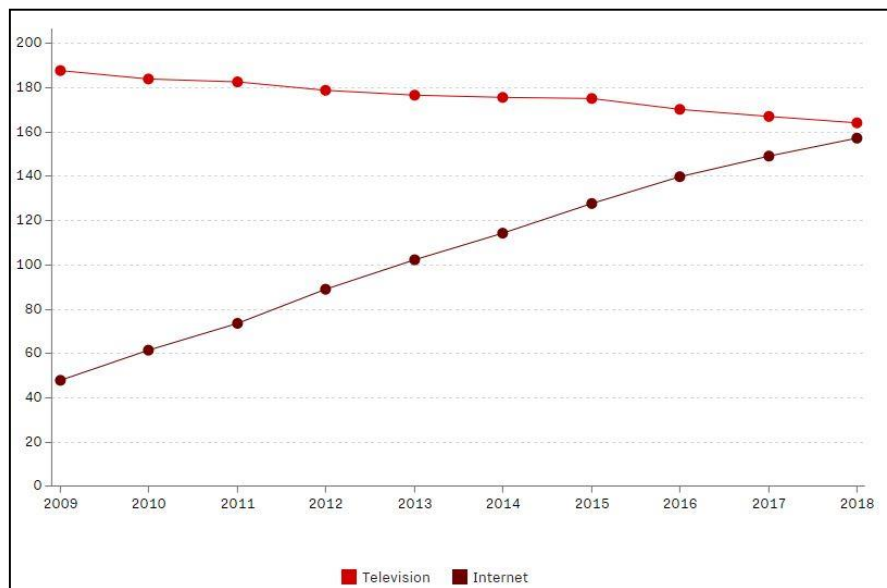
Egyre inkább jellemzővé válik a médiakonvergencia okozta új tartalomfogyasztási szokások előretörése, amely egyaránt magával hozza, hogy az információkhoz egy időben több médium használatán keresztül jutunk hozzá, és az is bevett szokás, hogy egyetlen médiumot többféle médiatartalom fogyasztására használunk. Így valósul meg a multitask mediális értelmezése.



1. ábra. A médiafogyasztás mértéke 2009-2017 között

Forrás: Zenith | URL: <https://www.recode.net/2017/5/30/15712660/media-consumption-zenith-mobile-internet-tv>

A médiafogyasztás mértéke egy folyamatos, szinte exponenciális fejlődést mutat (kivételt képez a 2009-2011 közötti időszak, ekkor egy nagymértékű növekedést, egy erőteljes csökkenés követett). Ahogyan a fenti (1. ábra) is mutatja, az egyéni napi átlag médiafogyasztás 458,9 perc, amely 2018-ra 463,1 percre emelkedik.



2. ábra. A médiafogyasztás csatornáinak használati gyakorisága egyénenként percben kifejezve 2009-2018 között.

Forrás: Zenith | 2017-2019 URL: <https://www.recode.net/2017/5/30/15712660/media-consumption-zenith-mobile-internet-tv>

A médiafogyasztás növekedett, még akkor is, ha a hagyományos médiumok (televízió, a rádió és az újságok) fogyasztása csökkent. A befogadók még mindig több időt töltenek a televízióval, mint az interneten, de ez gyorsan változik. Ha ezt az arányt tovább elemezzük a médiatípusok mentén, azt láthatjuk, hogy az internet és a televízió ellentétes módon viselkedik a fogyasztási szokások alapján. Amíg a televízió keresztüli tartalomfogyasztás 2009 óta csökken (2017:166,8 perc; 2018:163,9 perc), addig az internet fordított módon viselkedik, egy folyamatos növekedési ívet rajzolva (2017:148,9; 2018:157 perc). Tény, hogy a televízió évtizedeken át tartó térhódítását még nem sikerült teljesen megdöntenie az internetnek, azonban

jól árnyalja a képet, hogy amint az a *Keresés a közösségi médiában* című konferencián elhangzott, egy friss kutatás szerint a mai fiatal generáció tagjai naponta átlag 211 percet töltenek online.

Arra a kérdésre, hogy milyen alkalmazások használata a leggyakoribb azt mondhatjuk, hogy hazánkban a közösségi médiaalkalmazások legnagyobbika a Facebook, továbbra is a legerősebb hazánkban közel 6 millió felhasználóval. Ezt követi az azonnali üzenetküldő szolgáltatás, a Messenger 4,89 millióval (ennek 76,5 százaléka fiatal), és harmadik a rangsorban a legnagyobb videómegosztó portál, a YouTube, valamivel több mint 4 millió fogyasztóval, akik tipikusan harminc év alatti, zenét és videókat néző fiatalokból áll. (Habók, 2017)

A most zajló folyamat a 4. ipari forradalom következtében valósul meg, amelynek során az információs és kommunikációs technológia minél erőteljesebb térhódítása következik be, és e változás minden esetben a technológiai eszközök, innovációk hatására jött létre. A kölcsönhatás eredménye a konvergencia, amely során a távközlés, a számítástechnika és az elektronikus média hálózati információs és kommunikációs technológiákként egyesülnek.

Az ipari forradalmak másik sajátossága, hogy új modellek megalkotására sarkallja a különböző területek szakértőit, amely esetünkben elsősorban a digitális átállás (Racsko, 2016) teljes oktatási közegét érinti, és magában foglalja

- (1) az oktatási feltételeket
- (2) az oktatás folyamatát és módszereit, beleértve a humán erőforrás kompetenciamodelljeit és
- (3) az új tanulási környezetet is.

E nagymértékű változás jelentős hatást gyakorol a médiatudatosság újfajta értelmezéseire és szerepére a hálózati kultúrában.

A médiatudatosság új értelmezési keretei

A médiatudatosságra nevelés területei és alapvető céljai médiumtól függetlenek. Ezeket (1) a média reális megítélése, (2) annak tudatosítása, hogy a médiatartalmak nem eleve léteznek, hanem mindig valamilyen céllal születnek (3) valamint, hogy a médiaelemek moduláris felépítésűek, így azok elemei újjáalakítható területekben foglalhatók össze. (Aczél, 2014)

A célja olyan aktív állampolgárok nevelése, akik olyan képességekkel rendelkeznek, „amelyek lehetővé teszik a médiához való hozzáférést, a médiatartalmak és -színterek elemzését, értelmezését és értékelését, valamint produktív tevékenységeket alapoznak meg.” (Aczél, 2014. 42. o.)

A médiaműveltség-felfogás (a médiatudatosságra nevelés szinonimájaként használatos kifejezés) új modelljei két irányból közelítik meg az előbb vázolt törekvéseket.

Egyrészt, mint újmédia műveltség tekintenek rá, illetve a médiaműveltség digitalizált változataként jelenik meg. Az előbbi esetében két aspektusát helyezik előtérbe (1) Hogyan használja a tanuló a számítógépet az osztályteremben? (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton és Robison, 2009)

(2) A tudás, a tanulás, a technika új formáinak alkalmazása a gondolatok, ötletek és információk hatékony kommunikálásában és kifejtésében. (Danilo, Hite és Adams, 2015) (vö. Simándi, 2015)

Az újmédia műveltségterületeinek és azok fejlesztési lehetőségeinek kidolgozását célzó projekt (Project New Media Literacies Learning in a participatory culture) során megfogalmazták azt a 12 elemet, amely szükséges ahhoz, hogy az újmédia környezetben (Forgó, 2009) megvalósulhasson a részvételi kultúrát erősítő aktív állampolgárság.

Esetünkben ezen elemek közül a transzmédia navigáció válik kiemelten fontossá, hiszen ez jól illeszkedik a korábbi médiatudatosságra nevelésnél megfogalmazott célokhoz, valamint a

médiakonvergencia hatására bekövetkező sokcsatornás médiafogyasztás megfelelő koordinálásához és az ebből származó előnyök kihasználásához.

1. táblázat: Az újmédia műveltség elemei. Forrás: Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinto és Robison (2009)

Tevékenység	A tevékenység célja
Játék	Az egyén környezetével való kísérletezési képesség problémamegoldás céljából.
Teljesítmény	Az alternatív identitás elfogadásának képessége az improvizáció és a felfedezés céljából.
Szimuláció	Valóságos folyamatok dinamikus modelljének értelmezése és építése.
Multitasking	Az a képesség, hogy az egyén érzékelje a környezetét és a figyelem középpontjába állítsa a szükséges részleteket.
Közvetített megismerés	Eszközök alkalmazásának képessége a mentális képességek kibővítése céljából.
Kollektív intelligencia	A tudás összegyűjtése és a másokkal közös jegyzetek összehasonlítása egy közös cél érdekében.
Ítélet	A különböző információforrások megbízhatóságának és hitelességének értékelése.
Transzmédia navigáció	A történetek és információk áramlásának követése többféle módon.
Hálózatépítés	Az információk keresésére, szintetizálására és terjesztésére való képesség.
Tárgyalás	A különböző közösségekben való részvétel lehetősége, a több perspektívát megkülönböztető és tiszteletben tartó, valamint az alternatív normák megragadása és követése
Tudatosság	Az a képesség, hogy szemmel tartsa az egyént a nagyvilág kontextusában, ahol az emberek érdekei nem mindig összeegyeztethetők a fizikai és érzelmi biztonsággal

Összességében azt mondhatjuk, hogy az újmédia műveltség összetett tartalommal bír, amely alapvető kulturális kompetenciákat és szociális készségeket is igényel.

A digitális médiaműveltség, hasonlóan a korábbi felfogáshoz számos más, gyakorlati kompetenciát foglal magában, és a média eléréséhez, elemzéséhez, értékeléséhez és létrehozásához való képességet jelenti. Hangsúlyozzák, hogy a médiaműveltség kritikusan foglalkozik a tömegtájékoztatással, amely ma már magában foglalja a digitális technológiákat is.



3. ábra. A digitális médiaműveltség elemei. Forrás: http://kasl.typepad.com/cghs_library/2012/10/page/2/

A digitális médiaműveltség szorosan kapcsolódik a problémamegoldó gondolkodáshoz, amely a digitális állampolgárság kompetenciarendszerével áll szoros összefüggésben, és mintegy ernyőszerűen átszövi a digitális médiaműveltség alábbi elemeit. A készségeket három szintre sorolják, amelyek

- (1) Az információkhoz való hozzáférés (Information Accessing);
- (2) A digitális média használata (Using of Digital Media)
- (3) Az alkotás és összehasonlítás (Creation and Compilation) területekként jelennek meg.

Az információkhoz való hozzáférés során az együttműködés, az információk összegyűjtése, kezelése, prezentálása, valamint a tartalmak újraszervezése, aggregálása történik (vö. Simándi, 2017). A digitális média használata magában foglalja, a kép-, és hang-, valamint a mozgóképszerkesztés területeit, valamint a digitális dokumentumok és dokumentálás formáit. Az alkotás és összehasonlítás során a digitális médiumok előállítása, megalkotása és létrehozása kap központi szerepet.

E területek mind hozzájárulnak az egyén tudatos médiafogyasztóvá és médialétrehozóvá válásához, amely a digitális állampolgársághoz, valamint a tartalomfogyasztás erőforrásainak előállításához egyaránt hozzájárul.

Hazai törekvések a médiatudatosság fejlesztése terén

A nemzetközi helyzet vizsgálata során felmerül a kérdés, hogy Magyarországon hogyan állunk ebben a kérdésben, stratégiai és tantervi szinten hol érhetők tetten a korábban említett változások, illetve, hogy az oktatási rendszerünk mennyire alkalmazkodik a fent vázolt trendekhez.

A médiatudatosság a 2012-ben kiadott Nemzeti alaptantervben közölt tizenkét fejlesztési terület-nevelési cél egyikére utal. Kétféle módon értelmezhető, (1) egyrészt a tantárgyközi tudás- és képességterületként, (2) másrészt egy-egy képzési szakaszban önálló tantárgyként. (Horváth, 2013)

Lényegében egy transzverzális elemként jelenik meg, valamennyi műveltségterület esetében, a kezdetektől napjainkig.

A NAT (110/2012 Korm. rend.) szerint a médiatudatosságra nevelés célja, hogy a tanulók a mediatiszt, globális nyilvánosság felelős résztvevőivé váljanak, értsék az új és a hagyományos médiumok nyelvét, ezekkel kapcsolatban alakuljon ki a kritikai beállítódásuk, illetve sajátítsák el azt a tevékenységközpontú magatartást, amely a demokratikus részvételi kultúra sajátja.

A Magyarországon 2016-ban közzétett Digitális Oktatási stratégiában (a folytatásban DOS) kiemelt hangsúlyt kap a digitális kompetenciafejlesztés. A dokumentum szerint a hálózati kultúra elterjedésére a közoktatásnak is válaszolnia kell, és különböző eszközökkel, módszerekkel támogatni a folyamatban lévő kultúraváltást, illetve az ebben a folyamatban részt vevő diákokat. A DOS-ban az is megfogalmazást nyer, hogy az iskolákban olyan tanulási feladatok és helyzetek kialakítására érdemes törekedni, melynek köszönhetően az információkeresés és feldolgozás, a kollaboráció – alkalmazva az IKT-val támogatott megoldásokat - valamint a médiatudatosság is fejleszthető. A stratégia általános célja, hogy a köznevelésből kikerülő tanulók a megfelelő digitális kompetenciával és médiatudatossággal rendelkezzenek, és képesek legyenek e készségek és tudástartalmak élethosszig tartó folyamatos fejlesztésére.

A DOS fontos szerepet szán a pedagógikum módszertani megújításának (2. táblázat), amely elengedhetetlen a fent megnevezett célok eléréséhez. Jól látszik, hogy nem elsősorban az infrastruktúra megteremtése a cél, hanem egy alapvető elvárás a módszertani megújuláshoz. Emellett a médiatudatosság keresztntanervi jellege és napi szintű fejlesztése kiemelten fontos a Nat-ban is.

2. táblázat. A Digitális Oktatási Stratégia céljai a tanulás-tanítás pedagógiai módszertani megújításáért

Fejlesztési cél	Specifikus cél
1.1. A pedagógusok IKT-tudása, módszertani kultúrája, motivációja és használata feleljen meg a digitális oktatás követelményeinek.	A pedagógusok kapjanak módszertani és technikai támogatást a digitális oktatás, valamint a mediatudatosságra nevelés napi szintű megvalósításához.
1.2. A digitális tartalomkínálat, módszertani támogatás és tudásmegosztás.	A digitális kompetencia fejlesztése, illetve a meglévő digitális kompetencia használata, kiegészülve a mediatudatosságra neveléssel , szervesen épüljön be az összes tantárgy oktatásának feladatai közé.

Konklúzió

A digitális átállás korában az IKT-műveltség (digitális kompetencia) része a médiatudatosság, hiszen a hálózati kultúrában az internet a mindennapok médiumává vált. A médiatudatosság fejlesztése egy napi szintű és folyamatos feladat, amely nem koncentrálnálódhat egy tantárgyra, hanem keresztntanervi elemként kell megjelennie. A médiapedagógia szükségessége a digitális átálláshoz egyértelmű, de ezen nem kizárólag csak a megfelelő infrastruktúra megteremtését értjük. Kell hozzá az a humán erőforrás-képzés, amely a pedagógusok aktív bevonódását eredményezi az újmédia világába, ezen túlmenően pedig naprakész, megbízható curriculum és tartalom is.

Irodalomjegyzék

- Aczél Petra (2014). *Médiaműveltség*. In: Médiatudatosság az oktatásban – konferencia. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet. URL: https://www.oktatas.hu/pub_bin/ikt/kepek/2014/februar/mediatudatosság_az_oktatasban.pdf (2017. 10. 10)
- Danilo, A. Hite, S. – Adams, R. (2015). *DRES Work Skills 2020 – New Media Literacy*. Slideshare. URL: <https://www.slideshare.net/RyanAdams14/dres-work-skills-2020-new-media-literacy-ryanadams> (2017. 10. 10)
- Digital media literacy*. In: Council Grove High School. URL: http://kasl.typepad.com/cghs_library/2012/10/page/2/ (2017. 10. 10)
- Forgó Sándor (2009). *Az új média és az elektronikus tanulás*. In: Új pedagógiai szemle. 8-9. 91-96. URL: <https://goo.gl/PpFVmM> (2017. 10. 10)
- Habók Lilla (2017). *Gúnynevek és ironia is nehezíti a közösségi oldalak elemzését*. HWSW. URL: <https://www.hwsz.hu/hirek/57884/mibe-kozossegi-media-kereses-neticle-facebook.html> (2017. 10. 10)
- Horváth Zsuzsanna (2013). *A médiatudatosságra nevelés: tények, reflexiók, példák*. In: Médiatudatosság az oktatásban konferencia. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet. pp. 17-24. URL: https://www.oktatas.hu/pub_bin/ikt/kepek/2014/februar/mediatudatosság_az_oktatasban.pdf (2017. 10. 10)
- Jenkins, H. [et al.] (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century* (Cambridge: MIT Press). URL: <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf> (2017. 10. 10)
- MediaQ*. (2017). URL: <http://kozossegiKalandozasok.hu/2017/08/28/facebook-instagram-messenger-snapchat-hol-vagytok-fiatalok/>
- Nemzeti Alaptanterv* (2012). 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet. URL: <https://goo.gl/yVdsZv> (2017. 10. 10)
- Simándi Szilvia (2015). *A nyílt oktatás mint aktív közösségi tevékenységre épülő művelődés*. In: Papp-Danka Adrienn, Lévai Dóra (szerk.) *Interaktív oktatásinformatika*. 163 p. ELTE Eötvös Kiadó, Eger, pp. 112-120.
- Simándi Szilvia (2017). *Study circles in online learning environment in the spirit of learning-centered approach*. In: *Acta Educationis Generalis*, 2: pp. 96-104.
- Zenith* (2017-2019). URL: <https://www.recode.net/2017/5/30/15712660/media-consumption-zenith-mobile-internet-tv> (2017. 10. 10)